

## **Rozdiel v sledovanosti mužov a žien v športe v českých médiách**

### **Predmet a cieľ výskumu**

V súčasnej dobe pretrváva trend emancipácie žien v mnohých oblastiach spoločenského aj súkromného života, spoločnosť (v našom prípade česká) sa vo svojom pohľade na ženy a ženskosť transformuje. Na druhej strane médiá získavajú stále väčšiu moc a ich existencia a fungovanie sa bezprostredne dotýka nášho každodenného života. Stávame sa producentami a konzumentami mediálnych správ a táto oblasť sa stále rozširuje. Zobrazenie žien a mužov v športe a rozdiel v miere tohoto zobrazovania je odrazom súčasného postoja a očakávaní spoločnosti vzhľadom k maskulinite a feminite. Cieľom výskumu je ukázať, do akej miery sa do médií a zobrazovania mužov a žien v športe odráža široký spoločenský postoj a do akej miery ho tento aspekt reflektuje. No ale to by ste museli také zistiť čo je to ten „široký spoločenský postoj“. Výskum sa bude snažiť potvrdiť či vyvrátiť danú hypotézu s ohľadom na šírku záberu a konceptuálne zakotvenie výskumu. Mělo by být součástí každého výzkumu.

Samozřejmě můžete psát projekt ve slovenštině, ale pak už se jí držte, projekt, kde je každá věta psána v jiném jazyce neprezentuje dobře vaši práci.

### **Výskumná otázka**

V jaké míře upřednostňují česká média ve sledovanosti sportu maskulinitu před feminitou?

### **Odvozené otázky**

1. Kolik článků o ženském sportu nalezneme ve sportovní rubrice Lidových novin vydaných v období jednoho týdne?

2. Kolik článků o mužském sportu nalezneme ve sportovní rubrice Lidových novin vydaných v období jednoho týdne?

Ale vy potřebujete srovnání, maskulinita – feminita, a s ohledem na tento fakt je třeba formulovat už výzkumné otázky, výzkumná otázka, to je to první, co člověk čte, když

vidí návrh výzkumu. Ta z vás, která psala o strategii výzkumu měla říci té, která psala výzkumné otázky aby si je opravila.

### **Kontextuální rámec výzkumu**

V prostředí české dennej tlače sa permanentne stretávame s dominanciou mužského pohlavia a jeho aspektov či v samotnej športovej správe a jej obsahu, alebo v širšom kontexte – v počte článkov venovaných mužom a ženám v danej rubrike.

Na príklade konkrétneho média (typ, miesto pre šport, čas) môže byť výskumný problém skúmaný pomocou konceptu „*české médiá*“, ktorý implikuje *spoločenské očakávania* a *stereotypy* v danom priestore a koncepty „*maskulinita/feminita*“, ktoré rovnako na základe stereotypu a *konvencii* definujú genderovú oblasť, ktorá ja v športovej správe skúmaná.

### **Operačná definícia kľúčových konceptov**

**České médiá:** Prostředek masové komunikace v rámci ČR, jehož specifíkem je sdělování velkého množství informací a symbolických obsahů široké veřejnosti (zejména české) z jednoho zdroje.

Koncept českých médií spadá pod širšiu kategóriu **masovej komunikácie**, vyznačuje sa rôznou mierou, spôsobom a **charakterom reprezentácie** a **zdelenia** správ, vzhľadom k vybranému **typu média**, zvädza boj medzi **kvalitou a kvantitou**, ktoré implikujú charakter jednotlivej správy.

**Maskulinita:** Charakteristická forma chování očekávaná v dané kultuře od mužů.

Psychologické a kulturní představy spojované obvykle s mužským pohlavím, které však nejsou biologickým pohlavím deterministicky určeny.

**Feminita:** Charakteristické chování očekávané od nositelky ženského biologického pohlaví v dané kultuře.

Feminita a maskulinita ďalej úzko súvisia so spoločenskými **konvenciami** a **stereotypmi**, sú prezentované na základe určitých očakávaní s ohľadom na charakter danej **kultúry**.

## **Skúmaná oblasť**

Vybraný typ média: Články športovej rubriky v dennej tlači „Lidové noviny“ v časovom úseku jedného týždňa.

## **Operacionalizácia**

Operacionalizácia bude založená na nájdenie rozdielov v stereotypoch zobrazovania mužov a žien v daných médiách.

Ve vašej operacionalizácii by ste mali v prvej rade dojsť k indikátorom maskulinity a feminity článkov, vlastne ukazateľom, ktoré budete kvantifikovať pri kvantitatívnej obsahovej analýze. Mohl by to byť ten počet článkov u maskulinity, ale určite sa dajú vymysleť i ďalšie. Naprosto rovnaké indikátory potrebujete tiež pre feminitu, pretože vám ide o srovnávanie feminity X maskulinity (kdybyste srovnávali médiá medzi sebou, tak by ste tie indikátory mohli lišiť, že jo). Musí byť jasné, že budete počítat, a čo to bude: články, vety, obraty, slova, nadpisy, fotky, úvodníky, to je základ. Pak si řeknete jaké třeba články budete počítat. Články ve kterých se vyskytuje nějaká mužská ikona a ty ikony můžete pak také operacionalizovat. Tedy první krok: budu počítat to a to. Druhý krok: jak poznám, že mám něco připočíst (vy jste se soustředili až na tento druhý krok, ale to předem stejně úplně nezoperacionalizujete, asi stejně nebude napsáno v Lidovkách, že „Jágr naplňuje stereotyp ochránce“).

Mimochodem, problémem je, že hodně sportů asi naplňuje ty mužské stereotypy, většina profesionálních sportovců u těch nejsledovanějších sportů jsou muži a většina článků asi bude o nich, to je ale známá věc, proč dokazovat výzkumem, že je to tak i v Lidových novinách? Vždyť o tom na několika místech píšete, že to tak je, a že proto budete dělat svůj výzkum, abyste zjistili míru. Ale je ta míra moc nebo málo? To asi nebudete vědět, když ji nemáte s čím srovnat, jen budete vědět, že opravdu se vám potvrdilo, že maskulinita je nadprezentována – žádné překvapení. Takový výzkum nemá opodstatnění, musíte ve svém výzkumu sledovat nějaký jiný rozdíl než maskulinita X feminita v jednom denníku v jednom okamžiku aby to bylo zajímavé - netriviální, třeba srovnat různé deníky nebo zkusit udělat analýzu, jestli se situace nějak změnila v uplynulých deseti letech.

### České médiá

- články napísané českými redaktormi
- vzdelanie pracovníkov média v danom obore
- pomer mužov a žien píšucich články do športovej rubriky

### Maskulinita

- počet článkov, ktoré zobrazujú mužov v typickom mocenskom postavení s vysokou výkonnosťou a odolnosťou
- stereotyp: krása tela = krása duše (kalokagathia)
- „muž – ochranca“

### Feminita

- “žena domáca” – hospodyň - starajúca sa o deti a rodinu
- stereotyp: ženy sú slabšie pohlavie
- symbol nežnosti

### Masová komunikácia

- distribúcia informácií dennej tlače pre širokú verejnosť a ich konzum danou cieľovou skupinou
- ovplyvňovanie verejnej mienky predkladanými stereotypmi

### Charakter reprezentácie a zdelenia

- štýl písania autora
- poradie zverejňovaných článkov na základe genderového rozlíšenia
- používanie kliše v zobrazovaní mužského pohlavia
- spôsob vizualizácie športovcov

### Typ média

- denník
- nebulvárna tlač
- veľkosť rubriky venovanej športu
- čítanosť a obľúbenosť

- miera medializácie

### Kvalita vs kvantita

- čím viac správ, tým viac sú povrchné (a naopak)
- pluralita názorov a pohľadov

### Konvencie a stereotypy

- čo “by sa malo” v novinách prezentovať (športy) podľa očakávaní verejnosti
- ako “by mali byť” zobrazované ženy a ako muži (pri športe)
- čo je typický mužský a čo typicky ženský šport

Asi by bylo lepší přeci jenom se v operacionalizaci zaměřit jen na tu maskulinitu a feminitu – co budu počítat, ostatní povídání dát do kontextu nebo ještě lépe udělat zvláštní kapitolku, třeba: “základní kategorie zamýšlené obsahové analýzy”. Tu operacionalizaci typů médií pak dát do oddílu o populaci a o výběrovém souboru, k tomu vám přeci slouží.

### **Výskumná stratégia a plánovaná technika zberu dát**

Zber a porovnanie článkov športovej rubriky “Lidových novin” za časový úsek jedného týždňa. Porovnanie množstva článkov o ženách a mužoch a sledovanie genderových stereotypov platných v týchto článkoch.

To je v poriadku, ale dalo se to říci i výzkumnými otázkami. Jinak je to příliš triviální (viz. výše).

Na tomto místě byste měli mít upřesnění metody analýzy, asi půjde o kvantitativní obsahovou analýzu, neškodil by alespoň předběžný návrh co a jak budete kvantifikovat, a jak potom budete dále zpracovávat data, jakou metodou (pokud víte), jakým programem.

### **Účel výskumu a jeho praktické využitie**

Výskumný projekt je určený k interným študijným účelom, nebude nikde zverejnovaný, slúži iba k našemu zdokonaľovaniu v metodologickej oblasti sociologického výskumu.

### **Občianske a vedecké zdôvodnenie výskumu**

Výber výskumného problému považujeme za odôvodnený z hľadiska aktuálnej potreby odkrývania stereotypov týkajúcich sa nerovnováhy vo zverejňovaní mužských a ženských športov v českej dennej tlači. Prevalu maskulinných športov objavujúcich sa v tejto rubrike vybraného periodika hodláme dokázať uvedenou vedeckou metódou. Výsledky výskumu môžu prispieť k debate o rovnoprávnosti žien s mužmi, ktorá by mala zaujať svoje miesto vo všetkých sférach prezentácie spoločenského života.

### **Seznam literatury**

#### Odborné knihy

- Osvaldová, B. 2004. Česká média a feminismus. Praha: Libri.
- Lind, R.A. 2004. Race/ Gender/ Media. Boston: Pearson Education.
- Sekot, A. 2003. Sport a společnost. Brno: Paido.
- Charvát, M. 2002. Sociální aspekty sportovních aktivit. Brno: Paido.

#### Sborníky

- Scherer, H. 2004. Úvod do metody obsahové analýzy. Pp. 29-50 in Schulz, W., H. Scherer, L. Hagen, I. Reifová, J. Končelík, Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Nakladatelství Karolinum.
- Hagen, L. 2004. Informační kvalita a její měření. Pp. 29-50 in Schulz, W., H. Scherer, L. Hagen, I. Reifová, J. Končelík, Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Nakladatelství Karolinum.
- Sekot, A. 2004. Ženy a sport - sociologické dimenze (CD ROM). Pp. 77-78 in *Sport a kvalita života (CD ROM)*. Brno: Fakulta sportovních studií MU.

#### Zahraniční odborné časopisy

- Len-Ríos, M.E., S. Rodgers, E. Thorson, D. Yoon 2005. „Representation of Women in News and Photos: Comparing Content to Perceptions" . Journal of Communication Vol. 55 No. 1: 152-168.
- Rodgers, S., E. Thorson 2003. „A Socialization Perspective on Male and Female Reporting" . Journal of Communication Vol. 53 No. 4: 658-675.
- Bissell, K.L., P. Zhou 2004. „Must-See Tv or ESPN: Entertainment and Sports Media Exposure and Body-Image Distortion in College Women" . Journal of Communication Vol. 54 No. 1: 5-21.

#### České odborné časopisy

- Havlíčková, I. 2003. „Mužská dominance v žurnalistice" . Media Tenor 72: 5-6.
- Kolářová, M. 2004. „Gender Representation Movement in the Alternative Media" . Sociologický časopis 40, (6): 851-873.

#### Časopisy, tisk

- Šajtar, J. 2005. „Jak válčí ženy?" . Reflex 3: 14.

Seznam literatury uvádějte jako jeden dále nestrukturovaný abecední seznam.

Shnutí:

Cíl výzkumu je definová příliš neurčitě, výzkumná otázka je triviální, odvozené výzkumné otázky nejsou dobře formulovány. Operacionalizace je nedostatečná – nevede k jasné představě o kvantifikaci. Také strategii výzkumu, způsob sběru a analýzy dat je třeba více rozvést.

Osnova výzkumu to jsou v první řadě tři části: otázka – stručný kontext – a výzkumná strategie které poskytují jasnou odpověď na tři jednoduché otázky: co? – proč? – jak? Zcela postrádám zvláštní oddíl o populaci a výběrovém souboru, právě v tomto oddíle stačilo, až úplně nakonec, stručně specifikovat jaký obsah které tiskoviny a kdy budete zkoumat. Chybí vám také stručný časový harmonogram výzkumu a prezentace jeho výsledků.

Za odvahu, že jste zvolili jinou výzkumnou strategii než obvyklé dotazníkové šetření získáváte za tento úkol 4 body z možných 15.

S pozdravem Kamil Mareš.